

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Рулевский А. Д.	
Пользователь: rulevskiad	
Дата подписания: 18.05.2022	

А. Д. Рулевский

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.03 Современный рынок автомобильной техники и запасных частей
для направления 23.03.02 Наземные транспортно-технологические комплексы
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Автомобили
форма обучения очная
кафедра-разработчик Автомобили и автомобильный сервис

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 23.03.02 Наземные транспортно-технологические комплексы, утверждённым приказом Минобрнауки от 07.08.2020 № 915

Зав.кафедрой разработчика,
к.техн.н., доц.

А. Д. Рулевский

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Рулевский А. Д.	
Пользователь: rulevskiad	
Дата подписания: 18.05.2022	

Разработчик программы,
к.техн.н., доц., заведующий
кафедрой

А. Д. Рулевский

ЮУрГУ	Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборота Южно-Уральского государственного университета
СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП	
Кому выдан: Рулевский А. Д.	
Пользователь: rulevskiad	
Дата подписания: 18.05.2022	

Челябинск

1. Цели и задачи дисциплины

Цель преподавания дисциплины – формирование у обучающихся необходимых знаний о принципах организации и функционирования современного рынка автомобильной техники с целью формирования общепрофессиональных и профессиональных компетенций по направлению подготовки для самостоятельной практической деятельности. Задачи преподавания дисциплины «Современный рынок автомобильной техники»: – изучение основных сегментов рынка автомобильной техники, их взаимосвязи и взаимовлияния; – изучение основных факторов среды рынка автомобильной техники и элементов поведения различных категорий потребителей; – изучение принципов построения и функционирования товаропроводящих сетей, действующих на рынке автомобильной техники; – формирование необходимой базы знаний для овладения профессиональными компетенциями; – развитие умений и навыков, позволяющих применять полученные знания для решения профессиональных задач.

Краткое содержание дисциплины

В результате усвоения дисциплины у обучающихся формируется понимание особенностей организации и функционирования современного рынка автомобильной техники. Основные разделы дисциплины: основные стратегии маркетингового планирования на рынке автомобильной техники; особенности поведения разных групп потребителей на рынке автомобильной техники; основные сегменты рынка автомобильной техники: новые легковые автомобили, легковые автомобили с пробегом, коммерческие автомобили, грузовая техника запасные части и т. п.; политика в области марок на рынке автомобильной техники; обоснования принятия решения о разработке новой модели автомобиля, жизненный цикл автомобильной техники; принципы распределения на рынке автомобильной техники; каналы распределения на рынке автомобильной техники; требования к автомобильным дилерам; особенности функционирования рынка автомобильных запасных частей.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2 Способен осуществлять продажу транспортных средств и работать с клиентом, проводить послепродажное обслуживание	Знает: основные факторы, определяющие спрос на автомобильную технику. Умеет: выделять особенности конструкции конкретных образцов автомобильной техники, определяющие их конкурентные преимущества.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Гарантийная политика и ремонт автомобилей, Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)	Продажа автомобилей, Системы управления взаимоотношениями с клиентами,

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Гарантийная политика и ремонт автомобилей	Знает: основные понятия гарантийного технического обслуживания и гарантийной политики, нормативно-техническую документацию, сопровождающую гарантинное обслуживание автомобилей. Умеет: работать документацией, связывать неисправности автомобиля с условиями эксплуатации, определять тип отказов. Имеет практический опыт:
Учебная практика, ознакомительная практика (2 семестр)	Знает: основные документы, сопровождающие процесс продажи автомобилей в диллерском центре., устройство и конструктивные особенности обслуживаемых автомобилей; назначение и взаимодействие основных узлов ремонтируемых автомобилей; основные методы обработки автомобильных деталей; виды технической документации; основные положения действующей нормативной документации; правила охраны труда, промышленной санитарии и противопожарной защиты, требования к оформлению отчётной документации. Умеет: выбирать и пользоваться инструментами и приспособлениями для слесарных работ, а также пользоваться контрольно-измерительными приборами и аппаратурой; определять способы и средства ремонта; осуществлять контроль технического состояния автомобилей, оценивать техническое состояние агрегатов, систем и узлов автомобилей; использовать нормативно-техническую документацию; анализировать и оценивать состояние охраны труда на производственном участке, требования к оформлению отчётной документации. Имеет практический опыт: организации работы по продажам автомобилей в диллерском центре., пользования технологическим оборудованием при техническом обслуживании автомобилей; выполнения регламентных работ по техническому обслуживанию автомобилей, работ по текущему ремонту; снятия и установки агрегатов и узлов автомобилей; определения и устранения причин отказов и неисправностей механизмов, агрегатов и систем автомобилей.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 74,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		5	
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144	
<i>Аудиторные занятия:</i>	64	64	
Лекции (Л)	48	48	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (CPC)</i>	69,5	69,5	
с применением дистанционных образовательных технологий	0		
Реферат и доклад-презентация	49,5	49,5	
Подговка к экзамену	20	20	
Консультации и промежуточная аттестация	10,5	10,5	
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен	

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Введение	2	2	0	0
2	Стратегическое маркетинговое планирование на рынке автомобильной техники	2	2	0	0
3	Маркетинговая среда рынка автомобильной техники	4	4	0	0
4	Построение и структура рынка автомобильной техники	6	4	2	0
5	Сегментация рынка автомобильной техники	6	4	2	0
6	Политика в области марок на рынке автомобильной техники	6	4	2	0
7	Решение о разработке автомобиля	4	4	0	0
8	Политика распределения на рынке автомобильной техники	6	4	2	0
9	Каналы распределения на рынке автомобильной техники. Автомобильные дилеры	6	4	2	0
10	Политика ценообразования на рынке автомобильной техники	6	4	2	0
11	Прогнозирование емкости рынка автомобильной техники	6	4	2	0
12	Особенности функционирования рынка запасных частей	4	4	0	0
13	Методики прогнозирования показателей рынка запасных частей	6	4	2	0

5.1. Лекции

№	№	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-
---	---	---	------

лекции	раздела		во часов
1	1	Значение и место рынка автомобильной техники в постиндустриальном обществе.	2
2	2	Значение маркетинга на рынке автомобильной техники.	2
3	3	Внешняя среда маркетинга на рынке автомобильной техники	2
4	3	Типы рынков по степени конкуренции. Макросреда: демографическая среда, культурная среда, экономическая среда, природная среда, технологическая среда, политическая, правовая среда и географическая среда.	2
5	4	Построение рынка автомобильной техники. Особенности национальных рынков.	2
6	4	Рынок автомобильной техники РФ. Особенности рынков автомобильной техники российских регионов.	2
7	5	Рынок автомобильной техники Челябинской области: история формирования и тенденции развития.	2
8	5	Рынок автомобильной техники Челябинской области: история формирования и тенденции развития.	2
9	6	Сегментация рынка автомобильной техники: легковые автомобили	2
19	6	Сегментация рынка автомобильной техники: грузовые автомобили	2
10	7	Критерии сегментации рынка автомобильной техники: легковые автомобили	2
11	7	Критерии сегментации рынка автомобильной техники: грузовые автомобили	2
12	8	Политика в области марок на рынке автомобильной техники.	2
13	8	Функции автомобильной марки для производителя и потребителя	2
14	9	Сила автомобильного бренда. Концепция марки на автомобильном рынке.	2
15	9	Позиционирование марки	2
16	10	Решение о разработке автомобиля.	2
17	10	Маркетинговые стадии разработки нового автомобиля	2
18	11	Политика распределения на рынке автомобильной техники: легковые автомобили	2
19	11	Политика распределения на рынке автомобильной техники: грузовые автомобили	2
20	12	Особенности функционирования рынка запасных частей	2
21	12	Каналы распределения. Ценообразование на рынке запасных частей	2
22	13	Методики прогнозирования показателей рынка запасных частей	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	4	Рынок автомобильной техники Челябинской области: история формирования и тенденции развития.	2
2	5	Критерии сегментации на рынке автомобильной техники.	2
3	6	Функции автомобильной марки для производителя и потребителя.	2
4	8	Дистрибуторы автомобильной техники: функции и стандарты работы	2
5	9	Дилерские стандарты. Организация работы автомобильных дилеров.	2
6	10	Стратегия ценообразования и принятие решения о ценах на рынке автомобильной техники	2
7	11	Расчет емкость рынка новых легковых автомобилей.	2
8	13	Методики расчета емкости рынка автомобильных запасных частей	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Реферат и доклад-презентация	Волгин, В. В. Автосервис: Производство и менеджмент Практ. пособие В. В. Волгин. - 2-е изд., изм. и доп. - М.: Дашков и К, 2005. , Стр. 75-345	5	49,5
Подготовка к экзамену	олгин, В. В. Автосервис: Производство и менеджмент Практ. пособие В. В. Волгин. - 2-е изд., изм. и доп. - М.: Дашков и К, 2005. - 517 с.	5	20

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи-тыва-ется в ПА
1	5	Текущий контроль	Письменный опрос	1	10	Письменный опрос осуществляется на последнем занятии после изучения разделов 1-5. Студенту задаются 2 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос -15 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 5 баллам. Частично правильный ответ соответствует 3 баллам. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 10. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.	экзамен
2	5	Текущий контроль	Выступление с докладом с презентацией (СРС)	1	5	Выступление с докладом проходит в рамках самостоятельной работы студентов в течении семестра. Студент выбирает тему из списка и	экзамен

							готовит доклад с презентацией. Время, отведенное на выступление - не более 10 минут, включая ответы на вопросы аудитории. Выступление состоялось: уложился во временной регламент, подготовил презентацию - 5 баллов. Выступление состоялось: не уложился во временной регламент, не подготовил презентацию - 3 балла. Выступление не состоялось, но презентация подготовлена - 1 балл. Не выступил и не подготовил презентацию - 0 баллов. Максимальное количество баллов - 5. Весовой коэффициент мероприятия - 1. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %.	
3	5	Текущий контроль	Подготовка реферата (СРС)	1	5	Подготовка реферата осуществляется в рамках самостоятельной работы студентов. Студент выбирает тему из списка и готовит реферат. Максимальное количество баллов - 5. Весовой коэффициент мероприятия - 1. Реферат подготовлен, оформлен и тему - 5 баллов. Реферат подготовлен, оформлен, но частично отражает тему - 4 балла. Реферат не завершен, тема раскрыта фрагментарно - 2 балла. Реферат отсутствует - 0 баллов. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.	экзамен	
4	5	Текущий контроль	Письменный опрос	1	10	Письменный опрос осуществляется на последнем занятии изучаемой дисциплины. Студенту задаются 2 вопроса из списка контрольных вопросов. Время, отведенное на опрос - 15 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 5 баллам. Частично правильный ответ соответствует 3 баллам. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов - 10. Весовой коэффициент мероприятия - 1. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.	экзамен	
5	5	Промежуточная аттестация	Устный опрос	-	5	Студенту предлагается устно ответить на вопрос из списка контрольных вопросов.	экзамен	

						Время на подготовку 10 минут. Максимальное количество баллов – 5. Весовой коэффициент мероприятия – 1. Правильный ответ на вопрос соответствует 5 баллам. Частично правильный ответ соответствует 3 баллам. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие больше или равен 60 %. Не зачтено: рейтинг обучающегося за мероприятие менее 60 %.	
--	--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	На экзамене происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При оценивании результатов учебной деятельности обучающегося по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора ЮУрГУ от 24.05.2019 г. № 179). Отлично: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 85...100 %; Хорошо: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 75...84 %; Удовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 60...74 %; Неудовлетворительно: Величина рейтинга обучающегося по дисциплине 0...59 %.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
ПК-2	Знает: основные факторы, определяющие спрос на автомобильную технику.	++	+++			
ПК-2	Умеет: выделять особенности конструкции конкретных образцов автомобильной техники, определяющие их конкурентные преимущества.	+				

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

a) основная литература:

1. Волгин, В. В. Автосервис: Производство и менеджмент Практ. пособие В. В. Волгин. - 2-е изд., изм. и доп. - М.: Дашков и К, 2005. - 517 с.
2. Николаенко, А. А. Маркетинг [Текст] учеб. пособие А. А. Николаенко ; Юж.-Урал. гос. ун-т, Каф. Технология, бизнес и компьютер. упр. машиностроит. пр-ва ; ЮУрГУ. - Челябинск: Издательство ЮУрГУ, 2002. - 67 с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Сфера услуг : экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум [Текст] учеб. пособие для вузов Т. Д. Бурменко и др.; под ред. Т. Д. Бурменко. - М.: КНОРУС, 2010. - 234, [1] с. ил.
2. Амблер, Т. Практический маркетинг [Текст] Т. Амблер ; пер. с англ.: И. Петрова, В. Васильева ; под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского. - СПб. и др.: Питер, 1999. - 393, [2] с. ил.
3. Фатхутдинов, Р. А. Стратегический маркетинг [Текст] учеб. для вузов по техн. и экон. специальностям и специальностям "Маркетинг" и "Менеджмент" Р. А. Фатхутдинов. - М.: Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. - 637,[1] с. граф.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Журнал «Автомобильный бизнес»
2. Журнал «Экспертиза».
3. Журнал "За рулём"

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Волгин В.В. Автосервис. Маркетинг и анализ. - М.: Дашков и К*, 2008. - 515 с.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Волгин В.В. Автосервис. Маркетинг и анализ. - М.: Дашков и К*, 2008. - 515 с.

Электронная учебно-методическая документация

Нет

Перечень используемого программного обеспечения:

Нет

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Нет

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стеллы, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Лекции		Мультимедийное оборудование, демонстрационный материал на электронном носителе.